

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Н.С. Костюшко, С.В. Тагиль, 2 курс*

*Научный руководитель – В.Н. Алексеевич, старший преподаватель  
Барановичский государственный университет*

В настоящее время актуальной является информационная система предприятия, так как она помогает структурировать и упорядочивать необходимую информацию, способствует развитию предприятия.

На предприятии вся информация поступает из внутренних и внешних источников [1].

К источникам внутренней информации относятся:

1. бухгалтерская и статистическая отчетность;
2. текущие наблюдения;
3. оперативный учет и отчетность;
4. выборочные учетные данные.

Бухгалтерский учет и отчетность включает в себя примерно 2/3 потока экономической информации. Это следует учитывать при поисках достоверных экономических сведений о конкуренте. Экономическая информация концентрируется на сплошном и непрерывном наблюдении, строгом документировании, систематизации на счетах и балансировании учетных данных.

Статистический учет и отчетность базируется на бухгалтерском учете и содержится в информационных потоках за пределами предприятия, в свою очередь, это расширяет возможности сбора информации.

Текущее наблюдение представляет собой систематический учет, постоянно охватывая факты по мере их возникновения. Такое наблюдение проводится с целью изучения динамики какого-либо явления [2].

Оперативный учет и отчетность определяют быстротекущие экономические процессы на предприятии. Показатели оперативного учета могут не совпадать как с бухгалтерскими, так и со статистическими.

Выборочные учетные данные, специальные обследования отличаются эпизодическим характером и более глубокой характеристикой отдельного явления [3].

Помимо вышеуказанных учетных данных, информация на предприятии распространяется в форме разного рода проектов, справок, записок и т.д. [4]

К источникам внешней информации относятся:

- всевозможные обзоры рынка, аналитические статьи, посвященные темам, существенным для разработки будущей стратегии;
- анализ рекламы, которую дают соперники, т.к. она указывает на стратегические направления деятельности конкурирующей компании;
- статистическая информация, которую собирают различные специализированные агентства (сведения о среднем уровне продаж конкретной продукции; проводят сравнение показателей данной компании и конкурентов);
- заказные исследования или обзоры (какова узнаваемость торговой марки, насколько положительный имидж компании, на какие группы можно будет сегментировать рынок);
- оценки экспертов, которые в данной отрасли специализируются на составлении общих прогнозов и проведении исследований;
- информация об уже проведенных исследованиях (можно брать готовые аналитические выводы, сделанные кем-то ранее для другой компании)
- интернет, журналы, базы данных [5].

#### **Список использованных источников**

1. Право студия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.studio>. – Дата доступа: 05.03.2018.
2. Формы наблюдения [Электронный ресурс] / Файловый архив студентов. – 16.04.2015. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/3126466/page:3/>. – Дата доступа: 10.03.2018.
3. Центр управления финансами [Электронный ресурс] / Центр управления финансами. – Режим доступа: <http://center-yf.ru>. – Дата доступа: 06.03.2018.
4. Классификация информации на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lektsii.org/16-40939.html>. – Дата доступа: 12.03.2018.
5. Внешние источники информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://center-yf.ru>. – Дата доступа: 06.03.2018.